

能力本位训练教材

# 邮寄广告函设计

编写者：赵峰珂

日期：2013年11月

## 引言

在科技高度发展、市场竞争激烈的环境下，如何利用宣传以触动消费者的购买欲，已成为厂商获取商机的必修课题。虽然借由广告媒体，如电视、报纸、杂志等来宣传，已是时代的新趋势，但以上所提的大众传播媒体的诉求对象不确定，且又遭受到空间、形态与时间的影响，使得广告收益受到影响。因此，另一种不受广告媒体限制，即可独立完成的广告宣传活动，又可选择特定诉求对象的广告形式邮寄广告(DM)也就在这个广告传播的社会中大行其道。

## 学习目标

- 一、在不参考任何资料及书籍下，你能够说出邮寄广告函的内涵。
- 二、在不参考任何资料及书籍下，你能够说出邮寄广告函的主要形式。
- 三、在不参考任何资料及书籍下，你能够说出邮寄广告函各主要形式的设计要点。
- 四、给你一张工作单，你能够在无人帮助的情况下，依照邮寄广告函的设计方法，完成设计工作。

D.M.（邮寄广告）定义

D.M.

邮寄广告(Direct Mail Advertising)，将其直译就是“直接邮寄广告”，但一般只取英文“Direct Mail”两字之前缀，简称为 DM。

本教材的第一个学习目标是

在不参考任何资料及书籍下，你能够说出邮寄广告函的内涵。

假如你认为能胜任上述目标的要求，请直接做学习评量一，如你需要多学点的话，请翻到下一页。

请翻至下一页

## 1.1 邮寄广告的特性

邮寄广告(Direct Mail Advertising), 将其直译就是“直接邮寄广告”, 但一般只取英文“Direct Mail”两字之字首, 简称为 DM, 或称“直接邮寄广告”。而所谓的“直接”是指相对于, 如报纸的广告必须透过报纸、杂志等媒体, 间接将广告讯息传达给消费者的方式, 直接将宣传品以指名的方式递送到家庭或公司地址。所以说 DM 是一种直接且兼具广告与媒体两种特性的独立广告物。

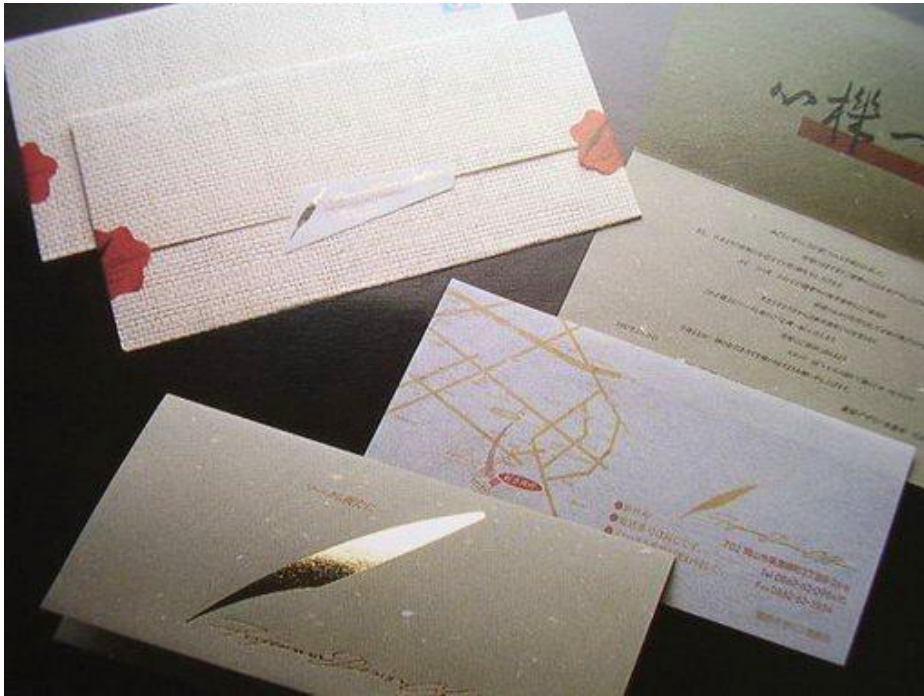


图 1 DM 是一种直接且兼具广告与媒体两种特性的独立广告物

邮寄广告是将广告讯息直接邮寄给特定诉求对象。D.M.的广告术语源自美国, 而且也是最早使用 D.M.广告的国家。在广告的诉求方法上, 采用邮寄或散发的方式来传递广告讯息, 其媒体功效在说明上较详尽。可以选择读者或消费者来投递, 有特定的对象。其特色是简单、速捷, 只要商品的市场调查详尽, 建立特定的通讯名册, 加上好的设计构思和印刷则会达成广告预期的效果。但若设计不当漫无对象的散发, 也会造成环境垃圾的污染。当然 D.M.的寄发, 也要配合广告策略。除非寄一次或发一次即可奏效, 有时也要考虑商品和顾客间的反应, 再做另一次的出击。通常第一次寄发的 D.M., 均以问候式的亲切表现手法, 建立客户和企业的关系。第二次是为顾客服务性讲解产品和产品功能。第三次则是将产品的优点和其他同类型的产品做技术性的比较。本着亲切、服务的态度来建立自己企业形象, 达到促销产品的最佳效果。

虽然说 D.M.是以邮寄的方式来递送, 但也可以其它方式代替。如亲手送达或现在常见的以专人沿街投递信箱的方式。只要广告目的及制作手法有 D.M.特性, 均可以归属于 D.M., 由此可见 D.M.的定义是非常广泛的。

D.M.的广告定位从商业广告设计的角度来看, 是一种独立的广告物, 因为 DM 不像海报、报纸或电视广告, 会受媒体背景的限制, 而影响广告的宣传效果, 例如一般报纸设计、广告

设计，就必须遵守媒体的规范。邮寄广告的广告主通常为：

- 一、区域性的业者：如城市、房地产业者，就其商圈范围来投递 D.M。
- 二、以特定消费者为对象的业者：广告主会设法取得经过筛选之名单、地址。逐一投递 D.M。例如依据过去顾客名单来寄送新商品目录。



图 2 邮寄广告函件是以特定的对象地址逐一投递

由于邮寄广告本身可以直接进行推销，并能代替推销员做部分推销工作。D.M.不像大众媒体广告，受限于媒体运用的实际状况，例如版面大小、秒数长短等，它可以不受时空和形态的限制。从平面印刷广告到试用的小包样品均可邮寄。

邮寄广告的功能主要为介绍商品、激发顾客的购买欲望，而直接邮购或前往指定场所消费。另外，可以在邮寄广告上附名片，为推销员铺路；对旧顾客或零售商；亦可借着寄发促销函件、新的商品目录或问候卡片维持联系。由于邮寄对象经过选择，附赠样品、折价券等的邮寄广告效果不错，对广告经费不多的广告主或商店而言，是很好的广告方式。

## 1.2 影响邮寄广告效果的因素

虽然邮寄广告信函的功能很多，但毕竟还是需透过一些过程才会把讯息传递给消费者，而影响到广告的效果。影响广告效果的因素如下：

### 一、邮寄对象名单

拥有长期顾客的业者，已有现成的邮寄名单；若欲开拓新顾客时，可以循着不同管道搜集特定对象名单，或委托邮寄广告代理商提供。

### 二、广告品的设计方式

广告对象是否有拆阅意愿是邮寄广告成败的关键，因此邮寄广告从信封、文案到版式与样品包装，都需要仔细规划设计。

### 三、广告推介的商品

商品的品质优异及迅速完善的交货与售后服务，是邮寄广告效果的最佳保证。

### 1.3 邮寄广告的特点

#### 一、邮寄广告的优点

- (一) 内容可充分发挥设计创意，形式变化丰富，能使消费者有新鲜感。
- (二) 提供丰富的资讯、报导，可以详尽的且没有阅读时间限制，可替推销人员铺路，有助于新客户的开发。
- (三) 以特定人士为诉求对象，用小额预算即可进行正式促销广告。
- (四) 依据筛选过的名单投递，可准确重复的对目标消费群进行直接广告。
- (五) 可以用问卷来调查消费者对商品的看法与建议，做到双向沟通的功能。

#### 二、邮寄广告的缺点

- (一) 仅针对特定对象进行诉求，广告接触面较狭窄。
- (二) 广告费中需加入人工作业费及投递费，其单位媒体成本较高。
- (三) 广告对象握有拆阅与否的决定权。且目前邮寄广告太多，因此对广告的排斥易导致拆阅率低，形成广告经费的浪费。



## 1.4 学习评量一

请不要参阅资料或书籍，在下列各题前之空格写出正确的答案。

### (一) 是非题

- ( )1. 邮寄广告(Direct Mail Advertising)，简称“D.M.”。
- ( )2. 邮寄广告是将广告讯息透过媒体间接传达给消费者。
- ( )3. 邮寄广告若漫无目的的寄发时，也会造成环境的污染。
- ( )4. 广告对象是否有拆阅意愿并不是邮寄广告成败关键。
- ( )5. 以特定人士为诉求对象，用小额预算即可进行正式促销广告是邮寄广告的优点。

### (二) 选择题

- ( )1. D.M.的广告术语最早源自何地？ (1)英国 (2)美国 (3)法国 (4)中国。
- ( )2. 邮寄广告函件的简称为？ (1)C.M. (2)A.M. (3)D.M. (4)F.M.。
- ( )3. 下列哪个并不是影响邮寄广告效果的因素之一？ (1)邮寄对象名单 (2)邮寄广告品的设计方式 (3)广告推介的产品 (4)公司内部的团结。
- ( )4. 下列哪个是属于独立的广告物？ (1)海报 (2)电视 (3)广播 (4)邮寄广告。
- ( )5. 下列何者为最早使用 D.M.的国家？ (1)中国 (2)英国 (3)美国 (4)日本。

(三) 请说出影响邮寄广告效果的因素有哪些？

(四) 请说出邮寄广告的优点有哪些？

(五) 请说出邮寄广告的缺点有哪些？

## 1.5 学习评量一答案

你的答案应该包括下列要点

### (一) 是非题

1. (√)
2. (X) 邮寄广告是将广告讯息直接邮寄给特定诉求对象。
3. (√)
4. (X) 广告对象是否有拆阅意愿是邮寄广告成败关键。
5. (√)

### (二) 选择题

1. (2)
2. (3)
3. (4)
4. (4)
5. (3)

### (三) 1. 邮寄对象名单

2. 广告品的设计方式
3. 广告推介的商品

### (四) 1. 内容可充分发挥设计创意，形式变化丰富，能使消费者有新鲜感。

2. 提供丰富的资讯、报导，可以详尽的且没有阅读时间限制，可替推销人员铺路，有助于新客户的开发。
3. 以特定人士为诉求对象，用小额预算即可进行正式促销广告。
4. 依据筛选过的名单投递，可准确重复的对目标消费群进行直接广告。
5. 可以用问卷来调查消费者对商品的看法与建议，做到双向沟通的功能。

### (五) 1. 仅针对特定对象进行诉求，广告接触面较狭窄。

2. 广告费中需加入人工操作费及投递费，其单位媒体成本较高。
3. 广告对象握有拆阅与否之决定权。且目前邮寄广告太多，因此对广告之排斥易导致拆阅率低，形成广告经费的浪费。

假如你的答案与上述的重点相似，请翻到下一页，假如你的答案不与上述的重点相似，则请翻至 1.1—1.3 重新阅读以便发现你的错误之处，并将 1.4 学习评量一里面的错误改正，然后翻到下一页。

恭喜你，如今你能够正确地说出邮寄广告函的内涵。而本教材的第二部份是要你能够说出邮寄广告函的主要形式。

本教材第二个学习目标是

在不参考任何资料及书籍下，你能够说出邮寄广告函的主要形式。

邮件广告的主要形式有七类：一、散页传单(Leaflet)；二、说明书折页(Folder)；三、目录(Catalogue)；四、简介和小册子(Pamphlet)；五、明信片(Post—ard)；六、信函(Sales Letter)；七、企业刊物(House Organ)。

## 2.1 散页传单(Leaflet)

所谓传单系指单张印刷物，只限于商品的概略介绍，可分商业广告传单，法规宣传传单。散发的范围广泛且印刷量大，采用单色或双色印刷为主，成本较低；但也有非常精致的印刷传单。

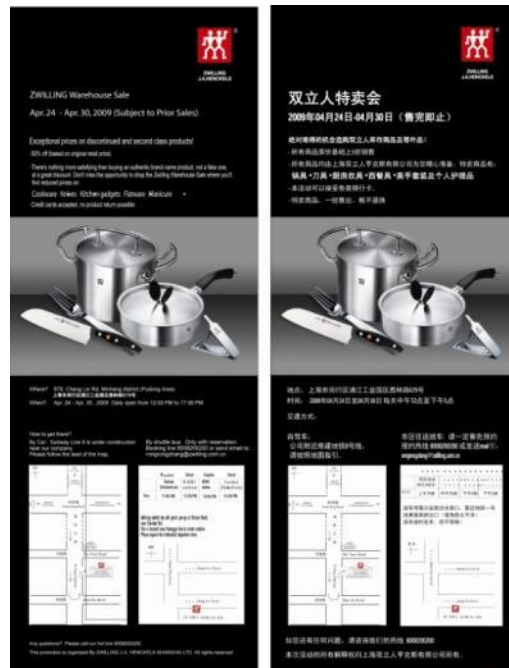


图 3 散页传单一



图 4 散页传单二

## 2.2 说明书折页(Folder)

凡介绍商品种类及详细内容规格者即称为说明书。功能在于增强消费者购买后的信心。另外还有单张折叠广告单，多采用较佳纸张印刷，设计时需预留折线处。



图 5 说明书折页

## 2.3 目录(Catalogue)

可分型录和企业经营介绍手册。凡将商品的形态、规格、出产年份、色彩、功能、操作方法、价格以较佳的编排和印刷效果编制成册，借着图示和内文说明达到促销和推荐新产品的效果。企业经营介绍手册，以服务业使用最多，如汽车租赁公司、饭店及观光旅游业、航空业，但以工商企业产品型录较多。



图 6 型录

型录依功能可分(一)促销类的型录：可以介绍新产品，激发消费者购买，印刷精美，颇得消费群的喜爱。(二)说明性的型录：有如操作手册、保养及装配方法，提供产品规格，特

请翻至下一页

性和维护方法等，好使客户了解产品说明进而购买产品。(三)服务报导型录：售后服务及维护保证，并介绍企业本身的经营理念，进而建立消费者对企业的信赖感。

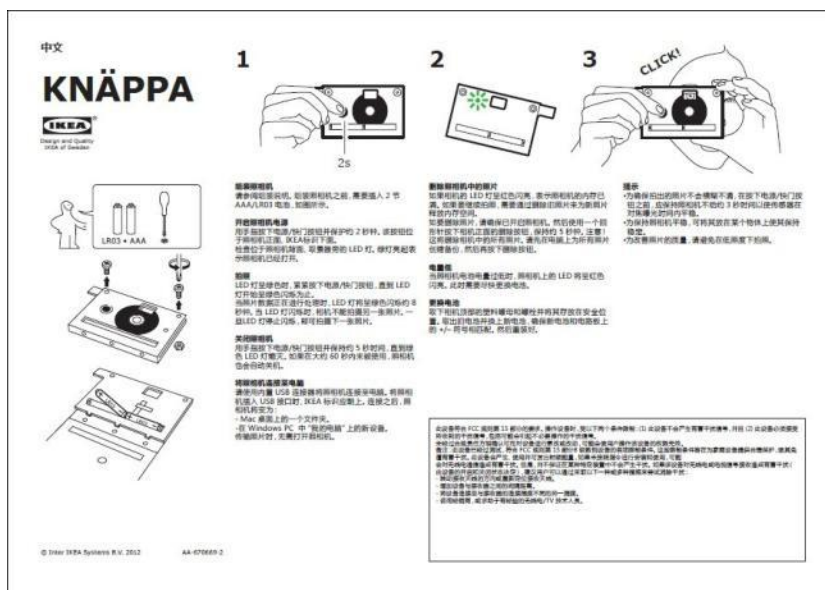


图 7 说明性的型录

## 2.4 简介和小册子(Pamphlet)

一、简介并不只是针对商品的介绍，而是属于全公司机能性的介绍，换言之简介(Pamphlet)即是属于整体公司性的范围，而不是属于狭窄的。在这里所指的即是公司简介或机关体简介。

二、小册子以册集或折页为主，其功能为简要地将广告内容菁华，做详实的叙述和说明。运用范围大多在工商企业机构介绍、政府机关及部门介绍、学校简介和招生简章、公共风景游乐区、文教民俗、美术馆、科学馆、博物馆简介为多。在极短的时间，让读者(消费者)对整个复杂的作业流程和营运导向，有更清晰的了解。

小册子通常以一连续性的叙述构图来说明，规格有二十四开和三十二开不等，封面的设计非常重视内文和图片，特别强调视觉之清晰、爽朗的详尽效果。



图8 小册子

### 2.5 明信片 (Post-Card)

以邮件明信片做为邮递的媒体，可采用活版绢印、平版的单色或复色印刷，成本低廉，邮寄简便。如赠奖券、交换券、优惠券；通知单或邀请函、贺卡等，是一种规格一致、经济方便的邮件广告。

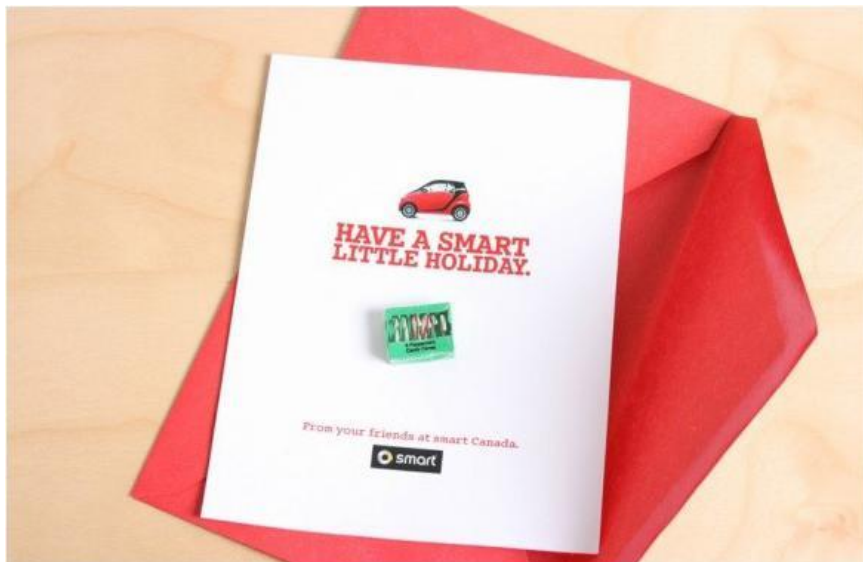


图9 Smart 节日贺卡

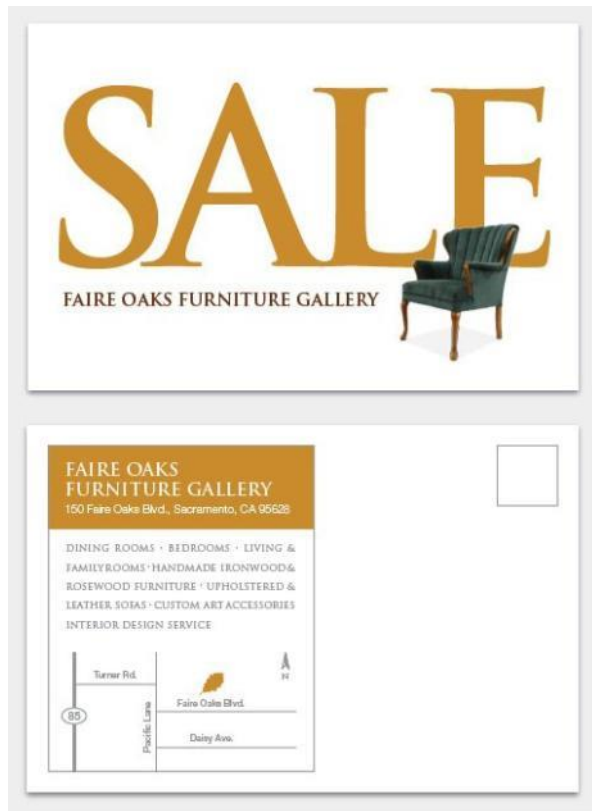


图 10 明信片

## 2.6 信函 (Sales Letter)

直接寄以亲笔签名和亲笔函为主，使接受者倍感亲切和被重视感。



图 11 信函



## 2.7 企业刊物(House Organ)

类似于杂志的一种刊物或单张(页)的讯息报导;是一种是对内的讯息刊物。如企业公司、内部经营理念的传达、作业协调的指示、教育、演讲、新知或活动的举办。有周刊、季刊、月刊等。另一种刊物的对象是针对代理商、批发商、零售商和消费者的,如新产品介绍和发表,市场信息、短期技艺训练和参观活动的举办。



图 12 针对消费者的企业型刊物封面



图 13 针对消费者的企业型刊物内页

## 2.8 学习评量二

请不要参阅资料或书籍，在下列各题前之空格写出正确的答案。

(一)是非题

- ( )1. 所谓传单是指单张印刷物，只限于商品的概略介绍。
- ( )2. 目录可以分为型录与企业经营介绍手册两种。
- ( )3. 邮寄明信片成本相当的高。
- ( )4. 有如操作手册，提供保养及装配方法介绍的型录是属于促销类的型录。
- ( )5. 简介并不只是针对商品的了解，而是介绍属于全公司机能性的介绍。

(二)请说出邮件广告的主要形式有哪些？

(三)请说出型录依功能可分为哪几种？并说明。

## 学习评量二答案

你的答案应该包括下列要点

### (一)是非题

1. (√)
2. (√)
3. (×) 邮寄明信片的成本相当的低廉。
4. (×) 有如操作手册，提供保养及装配方法介绍的型录是属于说明性的型录。
5. (√)

### (二)邮件广告的主要形式有七类：

1. 散页传单(Leaflet)
2. 说明书折页(Folder)
3. 目录(Catalogue)
4. 简介和小册子(Pamphlet)
5. 明信片(Post—ard)
6. 信函(Sales Letter)
7. 企业刊物(HOUSe Organ)

### (三)型录依功能可分

1. 促销类的型录：可以介绍新产品，激发消费者购买，印刷精美，颇得消费群的喜爱。
2. 说明性的型录：有如操作手册、保养及装配方法，提供产品规格，特性和维护方法等，好使客户了解产品说明进而购买产品。
3. 服务报导型录：售后服务及修护保证，并介绍企业本身之经营理念，进而建立消费者对企业的信赖感。

好极了，如今你已经能够正确地说出邮寄广告函的主要形式。接下来本教材的第三部份是要你能够正确地说出邮寄广告函各主要形式的设计要点。

本教材的第三个学习目标是

在不参考任何资料及书籍下，你能够说出邮寄广告函各主要形式的设计要点。

假如你能胜任这个目标，请直接做学习评量三，假如你需要多学习点，请翻到下一页。

### 3 邮寄广告函各主要形式的设计要点

邮寄广告设计,须要有综合的设计知识与制作技法,如果要成功的做好邮寄广告的设计,必须对于广告宣传有深切的了解与认识,以及对人性与社会有敏锐的体验;邮寄广告的设计,虽然具有较多的自由表现,但是,相对的若要发挥它的自由表现的效果,设计人必须具备更广的视野及多方面的常识,才能产生独特的创意,设计有效的邮寄广告,邮寄广告设计的基本构成要素如下:

#### 一、创造表现要素:(设计方面的知识)

- (一)平面设计:封面、标准字体等。
- (二)编辑设计:版面构成、文案、插图编排等。
- (三)文字设计:字体组合、处理及装饰等。
- (四)插图设计:摄影、插画、色彩构成等。

#### 二、制作表现要素:

- (一)印刷加工技术:印刷技术、纸张认识、加工技术、折、叠、打洞钻孔、轧型、上光及剪裁等。
- (二)对于邮政法令的了解。

上述各项的知识与认识,直接影响邮寄广告设计与制作的趣味变化,与新鲜奇特的效果,是邮寄广告设计中是不可忽略的大前提。

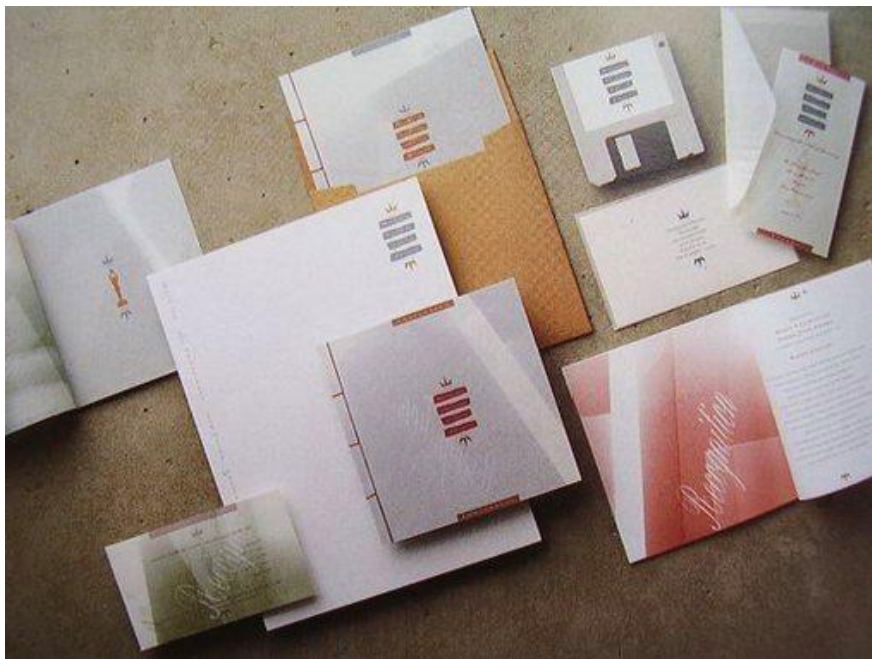


图 14 邮寄信函在设计必须注意许多要点

#### 3.1 散页传单(Leaflet)

- (一)单独以某一商品为对象,如果有多种商品则每一商品应制成一张传单,以便消费者分别索取。例如电视机的机型共有五种,则每种各设计一张传单,共需制作五张成一套。其表现方式大致是封面以商品为主,再加上其他相关的陪衬背景,而背面则以该商品的性能、特性或使用方法等等为主要内容,如果空间足够的话,则可另

请翻至下一页核对答案

加附属图片。

- (二) 散页传单表现方式通常正面以彩色印刷者居多，当然以套色或单色设计者亦不在少数，总是没有彩色表现来得更吸引消费者的注意，以彩色设计最主要是能表现产品的各种色泽特性，使其能引起消费者的购买动机。背面表现方式则以单色或套色为原则，因主要是放在表达商品的性能、特质而已，如果欲使用彩色表现也可以。
- (三) 传单设计的纸张大小并没有特定限制，原则上以 32 开、16 开、8 开三种为主，其中以 16 开为最多。因为此种尺寸无论是表达商品内容或携带上或经济上均最为适合。



图 15 商业用广告宣传单一



图 16 商业用广告宣传单二

### 3.2 说明书折页(Folder)

(一) 编辑方式如同类商品种类很多的话,则以该商品的各种种类编排成说明书,假使同类商品种类只是二、三种则可和其他类商品合并编排,说明书内容应包括有几种规格、性能、特点、型式等等,说明书与传单的最大不同点主要是说明书是赠送给对商品已经有购买动机的消费者。说明书的内容丰富,介绍极为详尽,一般均以折叠式设计但印刷费亦较高,其分发对象是以对已有购买欲望的消费者,因此其印刷数量比较少。

(二) 说明书设计的规格范围并无一定规范,一般常见者有长 6 开三折式,长 6 开四折式,长 8 开三折式或四折式及 8 开对折式或 16 开对折式等等,其设计规格之大小可以随着内容多少而定,有的说明书甚至设计成袖珍型的式样。

(三) 说明书设计原则上是以折叠式的方式表现的,并以对商品分类或详细介绍为目的,因此在设计上应考虑其内容物的分类安排,在图片方面应尽求其拍摄角度的美观,以刺激消费者喜爱,在文字说明方面应尽量求其性能及特点上的说明。

(四) 单张折叠式的说明单大多采用较佳的纸张来印刷,设计时预留折线处,纸张开数为十六开、三十二开、二十四开等。其设计的要领为 1. 注意翻阅顺序。2. 配合插图和说明文字加强编排的变化和内容设计的趣味。



图 18 说明书折页需注意折边的地方

### 3.3 目录(Catalogue)

- (一) 型录画面构成要素：1. 图片(产品摄影、插图、图解、统计数字表等)。2. 文字(产品名、标题、说明文、商标、公司名、地址和电话等)。3. 色彩(彩色型录如产品本身的色彩，图片色彩及文字色彩的运用，但也有无彩色型录，如以黑、灰、白或黑白对比的印刷制成)。
- (二) 型录在设计中必须把握传达内容的准确性：1. 产品本身的特色、结构、系列产品、独有的机能特写报导。2. 经营理念的肯定性如品质优异、实用而经济、安全和售后服务。3. 借型录介绍建立企业良好形象。4. 加强版面，及设计创意的构思，创造出一份精巧而活泼的视觉画面。
- (三) 型录在设计技术上加强以下广告诉求的功效：1. 用生动画面吸引消费者 2. 以产品内容吸引消费者兴趣 3. 加强消费者对产品的需要性 4. 用产品的多功能或新功能，引发消费者的购买欲望 5. 以分期付款或低利贷款、先用后付款方式，加强消费者购买的勇气。
- (四) 型录制作前的企划为：1. 了解企业营运，产品分析市场概况及参予竞争同类产品的销售情况。2. 收集资料和分析可表现的方式。3. 选定产品的主题和特色。4. 产品在市场形象的塑造(定位) 5. 型录规格的选定，常见的尺寸有(1)国际贸易标准型为 21.6CMX28CM (2)A4 型为 21CMX28CM(即 A4 影印纸的尺寸) (3)综合型为 21CMX28MCM。6. 封面和编辑内容力求企业形像的识别。7. 预算编制与材料选择、印刷数量和印刷型式(单页型、册集型、活页型)。8. 确定制作进度和制作品质管理。
- (五) 型录是企业产品介绍销售及开拓市场的静态销售员，但制作设计者必须站在消费者的立场着想，在编排设计上需力求视觉完美和可读性的最佳效果，对印刷费用切莫斤斤计较，免得事得其反，影响了设计效果。
- (六) 设计问题的探讨：
1. 强调品牌形象和企业形象，在封面编排设计视觉统一化。
  2. 把握图片和内文的字体编排效果，加强色彩配色格调，了解消费者之层次和文化背景，如欧洲区域喜欢咖啡色系如米黄色、褐色等。
  3. 画面产品构图非常重要，宾、主关系要清楚。
  4. 采用构成原理将画面理性的分割(如等量分割、黄金分割、等差级数等分割法)，再求视觉的技巧性变化。
  5. 设计原稿的色稿要正确，完稿过程要精细配合。
  6. 印刷打样校对是否无误，尤其是标示时间、联络处、价格以及电话号码和住址是否正确，这一点是非常重要的。





图 19 目录需注意其功能性

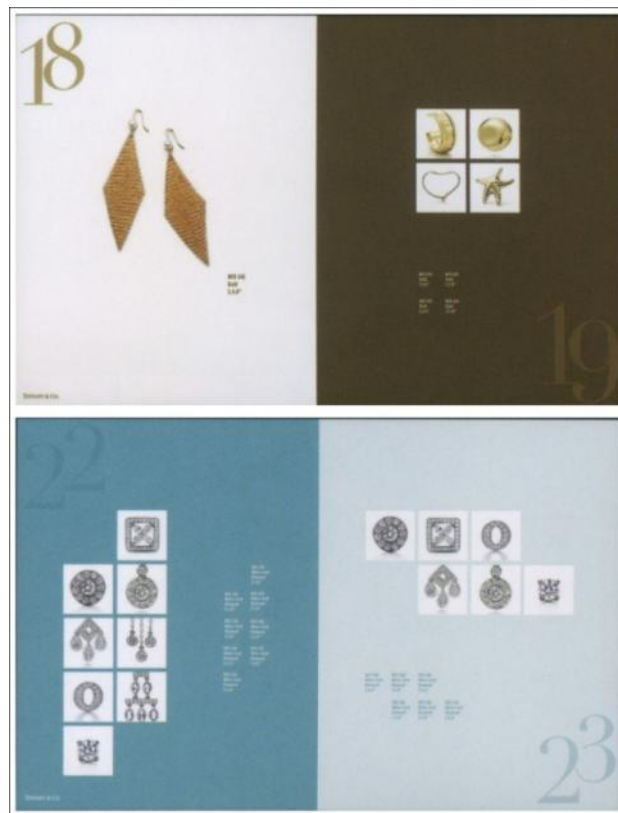


图 20 目录

### 3.4 简介与小册子(Pamphlet)

- (一) 公司简介其编辑目的是使大众对该公司的概略了解，因此其编辑内容包括有前言、董事长或总经理致辞、厂房等等介绍、各部门的介绍、综合商品的分类介绍、福利设施，未来展望等，整个公司的机能有所不同亦不能一概而论。必须视内容需要有所增减，原则上其编排项目应包括如上所述的内容，然后按照其项目列出应写的文章及应安插的图片或图表。
- (二) 简介的设计为达到一个企业整体的格调应在每页保持一定的编排方式，尤其是文字排列的格式是建立格调的主要因素。当然有许多简介的编排亦有采用不规则的格调方式编排。
- (三) 简介应使观看者前后有序，对公司概略认识有所顺序了解，其编排方式和单张印刷物迥然而异。简介设计除了重要内容的编排之外，在封面设计上及装钉的方式亦是极为重要的，封面的设计应当与公司的企业经营机能相关，或者使用高雅的编排(例如纯以字体的变化编排)，有的甚至于开拓新奇的印刷加工方式(如烫金、压凹凸型图案、挖洞等等)。至于装钉方式最常用的是采用骑马钉方式，如果编排的页数较多则应采用线装方式为佳，避免在装钉成册时参差不齐。
- (四) 简介应该是多种印刷设计的结合，尤其对于单张印刷方法熟悉了解后才能编排成理想的作品。简介通常以连续性的叙述构图来说明效果较佳，其规格有二十四开和三十二开不等，封面的设计需重视内文和图示。



图 21 简介

### 3.5 明信片(Post—Card)

平版之单色或复色印刷，成本低廉，邮寄简便。如赠奖券、交换券、优惠券；通知单或邀请函、贺卡等，是一种规格一致、经济而方便的邮件广告体。



图 22 明信片

### 3.6 信函(Sales Letter)：

函件信纸印刷和信封印刷同属企业识别的一种。信封、信函不限是单色印刷，应力求精致而高雅。

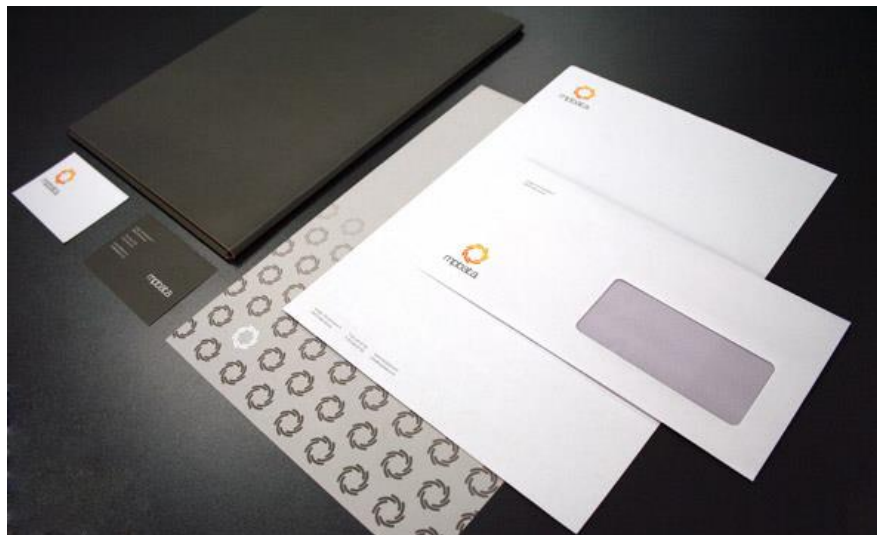


图 23 信函

### 3.7 企业刊物(Home Organ)

通常这一类的企业刊物为商报、画刊等。这种的企业刊物为连系员工、厂商和消费者的媒介，建立彼此沟通和了解商情和市场的管道，可以刺激产品的销售率。



图 24 企业刊物

### 3.8 学习评量三

请不要参阅资料或书籍，在下列各题前之空格写出正确的答案。

(一)是非题

- ( )1. 邮寄广告设计表现要素中的编辑设计包括版面构成、文案、插图编排等。
- ( )2. 为求经济效益，散页传单所排列的商品越多越好。
- ( )3. 说明书的设计原则上是以折叠式的方式来设计的。
- ( )4. 型录画面的构成要素为 1. 图片 2. 文字 3. 色彩。
- ( )5. 设计邮寄广告时，只要设计美观即可，对于邮政法令可以不需要了解。

(二)选择题

- ( )1. 传单设计以下列何种尺寸居多? (1)16 开 (2)32 开 (3)8 开 (4)4 开。
- ( )2. 型录的规格中国际贸易标准型尺寸为? (1)21.6CMX28CM (2)21CMX28CM  
(3)21.6CMX27CM (4)20.6CMX28CM。
- ( )3. 型录规格中综合型尺寸为?(1)21.6CMX28CM (2)21CMX28CM (3)21.6CMX27CM  
(4)20.6CMX28CM。
- ( )4. 下列何者与信封印刷同属于企业识别的一种? (1)海报 (2)电视 (3)广播 (4)信函。
- ( )5. 下列何者为联系员工、厂商、消费者的最佳媒介? (1)海报 (2)企业刊物 (3)信函 (4)  
明信片。

(三)请说出邮寄广告设计的基本构成要素有哪些?

(四)请说出型录制作前的企划步骤有哪些?

## 学习评量三答案

你的答案应该包括下列要点

### (一)是非题

1. (√)
2. (×)散页传单所排列的商品以单一商品为佳。
3. (√)
4. (√)
5. (×)设计邮寄广告时，不只要设计美观，对于邮政法令也必须了解。

### (二)选择题

1. (1)
2. (1)
3. (2)
4. (4)
5. (2)

### (三) 1. 创造表现要素：(设计方面的技术)

- (1)平面设计：封面、标准字体等。
- (2)编辑设计：版面构成、文案、插图编排等。
- (3)文字设计：字体组合、处理及装饰等。
- (4)插图设计：摄影、插画、色彩构成等。

### 2. 属于制作表现知识：

- (1)印刷加工技术：印刷技术、纸张认识、加工技术、折、叠、打洞钻孔、轧型、上光及剪裁等。
- (2)对于邮政法令的了解。

(四) 1. 了解企业营运，产品分析市场概况及参予竞争同类产品的销售情况。2. 收集资料和分析可表现的方式。3. 选定产品的主题和特色。4. 产品在市场形象的塑造(定位) 5. 型录规格的选定，常见的尺寸有(1)国际贸易标准型为 21.6CMX28CM (2)A4 型为 21CMX28CM(即 A4 影印纸的尺寸) (3)综合型为 21CMX28MCM。6. 封面和编辑内容力求企业形像的识别。7. 预算编制与材料选择、印刷数量和印刷型式(单页型、册集型、活页型)。8. 确定制作进度和制作品质管理。

假如你的答案与上述之重点相似，请翻到下一页，假如你的答案不与上述之重点相似；则请翻至 3.1—3.7 重新阅读以便发现你的错误之处，并将 3.8 学习评量三上的错误改正，然后翻到下一页。

太棒了，现在你能够正确地说出邮寄广告函各主要形式的设计要点。接下来要练习邮寄广告函设计，即本教材的第四部份是要你能够依照广告函的设计方法要领，正确地完成设计的工作。

本教材的第四个学习目标是

给你一张工作单，你能够在无人帮助的情形下，依邮寄广告函的设计方法完成设计工作。

假如你能胜任这个目标，请做学习评量四，假如你需要多学习点，请翻到下一页。

在你实际操作邮寄广告函设计练习之前,你必须熟悉邮寄广告函设计的方法与制作程序,请参照阅读以下之操作步骤。

#### 4.1 宣传单的设计操作步骤:

一、先决定尺寸。(例: A4:210mm x 285mm、单张正面)

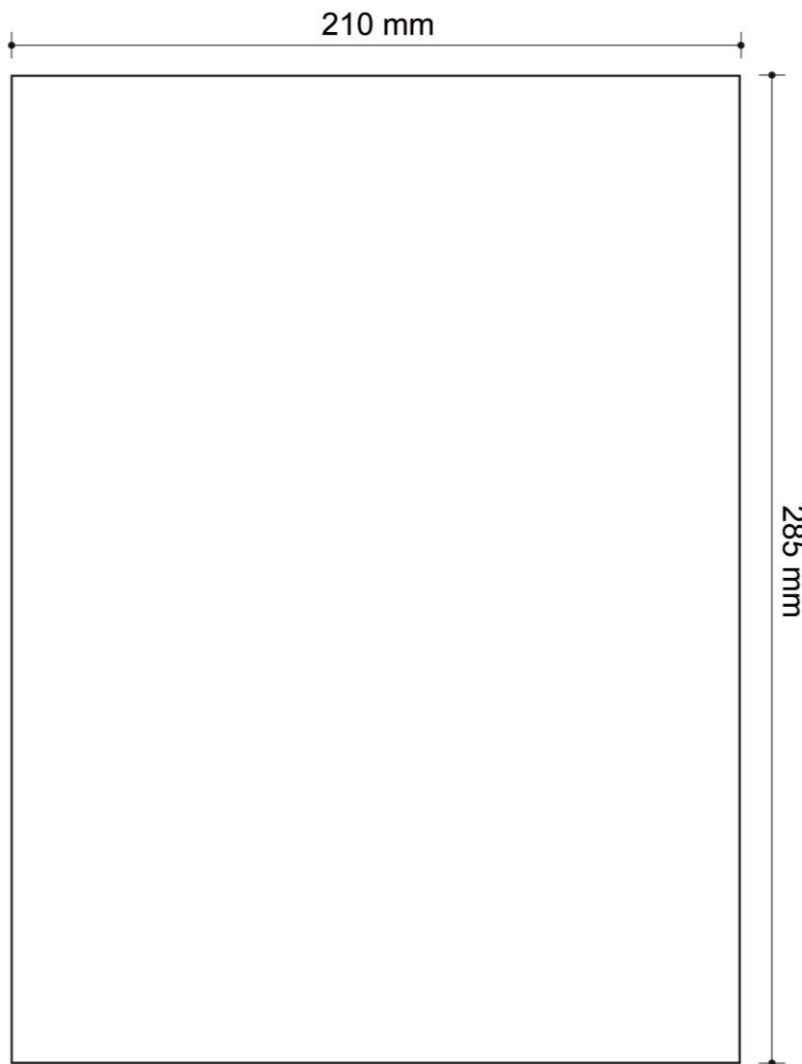


图 25 宣传单的尺寸形式

请翻至下一页做学后评量。



二、分析所给的工作单中所有构成要素，了解其重要性及相互关系。

重要的是，考虑视觉的逻辑编排，各设计元素之间如何传递信息，在什么地方放置什么东西，采用何种秩序，从构成的角度又应当怎么排序。

不管是这份宣传单的设计，还是印刷册子，传统做法上大体上都强调，让最先印入眼帘的素材承担起比较重要的意义。整理工作单素材的顺序，形成叙事性的连贯与流畅，突出重点。



**SIOFL**  
www.sicfl.edu.cn

**NIAGARA UNIVERSITY**  
Education That Makes a Difference

中美合作尼亚加拉特色课程班

中国 上海工商外国语职业学院  
美国 纽约 尼亚加拉大学

美国尼亚加拉大学

尼亚加拉大学位于纽约尼亚加拉的刘易斯顿镇，已有156年的办学历史。下设7个学院，分别是文理学院、商学院、教育学院、旅游管理学院、护理学院、研究生院和继续教育及社区教育学院，可授予本科和硕士学位，专业设置广泛，多个专业在北美排名靠前。尼亚加拉大学的商学院是由美国管理商学院联合会 (AACSB) 认证的商学院，是全球600所被AACSB认证的商学院中的一员，在北美仅有30%的商学院享有此殊荣。2013年经AACSB认证的中国高校为7所，即清华大学、北京大学、中国人民大学、上海交通大学、复旦大学、西安交通大学、上海中欧国际工商学院。

特色课程班教学特色

1. 专本课程贯通。特色班的课程体系按照全球商学院认证标准体系AACSB来确定。尼亚加拉大学商学院本科教育共计40门课程，28门课程在上海工商外国语职业学院完成，其中6门课程由美方教师承担。完成中国阶段课程并通过托福考试 (79分) 的学生可以直接申请到美国尼亚加拉大学继续攻读本科或硕士学位。
2. 提供多种选择。特色班的专业为国际商务。学生顺利进入尼亚加拉大学后，可以选择该校众多的专业方向继续攻读深造。尼亚加拉大学商学院本科阶段有九大专业可供选择：会计、金融、医疗管理、人力资源、策略管理、国际管理、策略营销、财务规划、全球资产管理；MBA阶段有五大专业可供选择：会计、经济学、金融、管理、市场营销；学生也可以选择该大学全美排名前10名的酒店管理学院进行学习。
3. 强化语言能力。特色班为保证学生顺利赴美留学，强化英语教学。在上海工商外国语职业学院学习的五个学期2244学时中，英语教学1044学时，占47%；美方教师任课288学时，占13%；其他课程912学时，占40%。同时，组织学生开展课余自修，五个学期的自修学时共计约640学时。
4. 奖金资助学业。特色班的教学除规定的学费外，不再收取额外费用。赴美国尼亚加拉大学学习的学生可以申请该校奖学金，本科阶段的奖学金为11,000美元/年，同时还可以获得合作项目奖学金。

图 26 工作提示单

请翻至下一页做学后评量。

### 三、分析版面构成和结构编排，最终定稿。

利用网格进行设计，其好处很简单：清晰明了，快捷高效，干净利索，连贯流畅。在开始其他工序之前，网格可以为版面设计提供比较系统地编排秩序，以便于分别处理不同类型的信息，让用户更便捷地搜索到需要的内容。利用网格，可以在非常有限的时间内编排大量的信息，因为在构建网格结构的过程中，许多设计思路就已经得到妥善的安排处理。

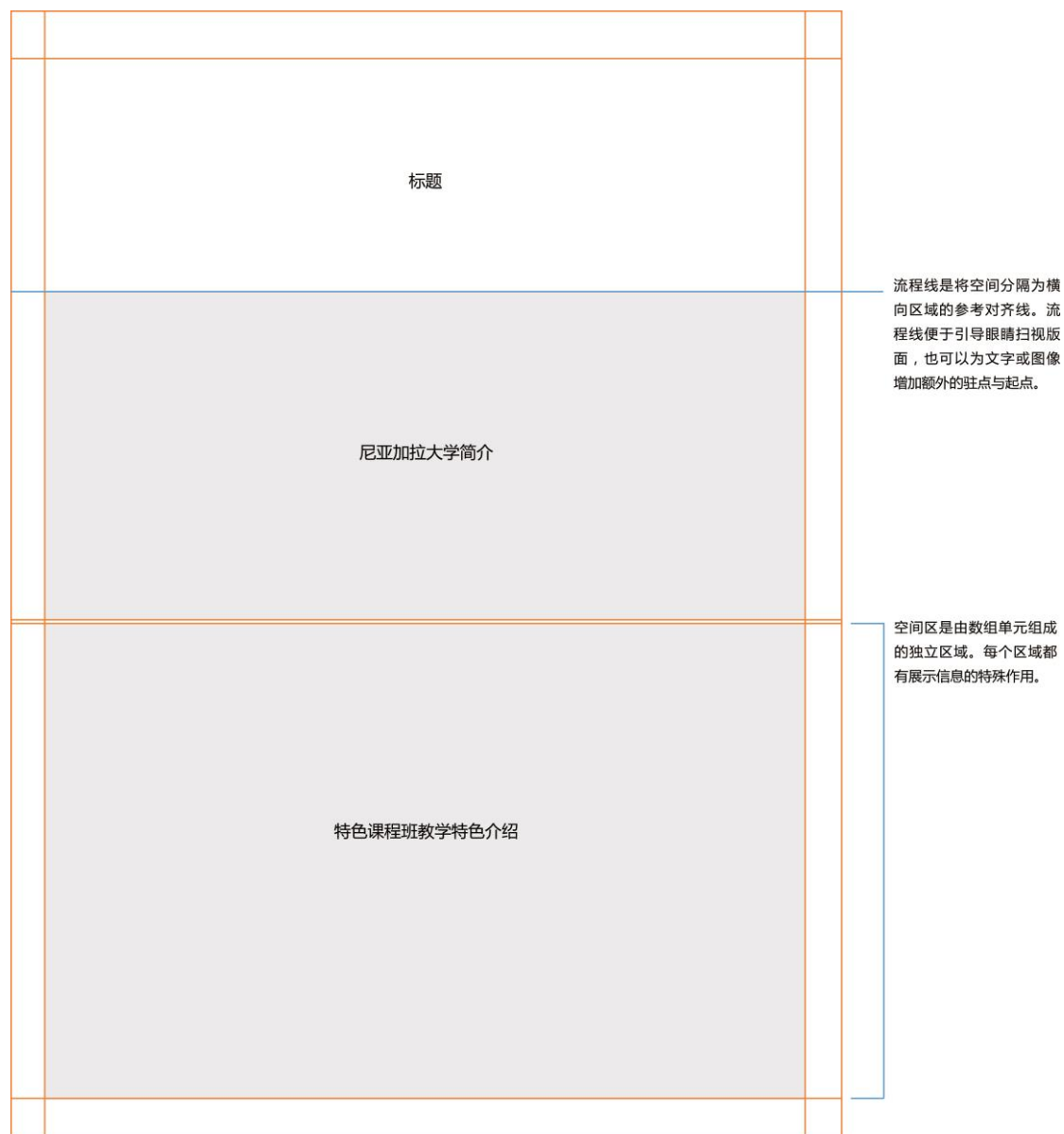


图 27 版面结构分析

#### 四、制作

1、使用 Adobe Photoshop 软件新建页面，大小为 210mm x 285mm，处理图形部分，保存为图片格式。



图 28 使用 Adobe Photoshop 软件制作图形部分

- 2、使用 Adobe Illustrator 软件新建页面，大小为 210mm x 285mm，颜色模式为 CMYK。  
将上一步完成的图片导入 Adobe Illustrator 软件中，继续补充文字部分，注意字体大小的对比，最多使用两到三种字体。

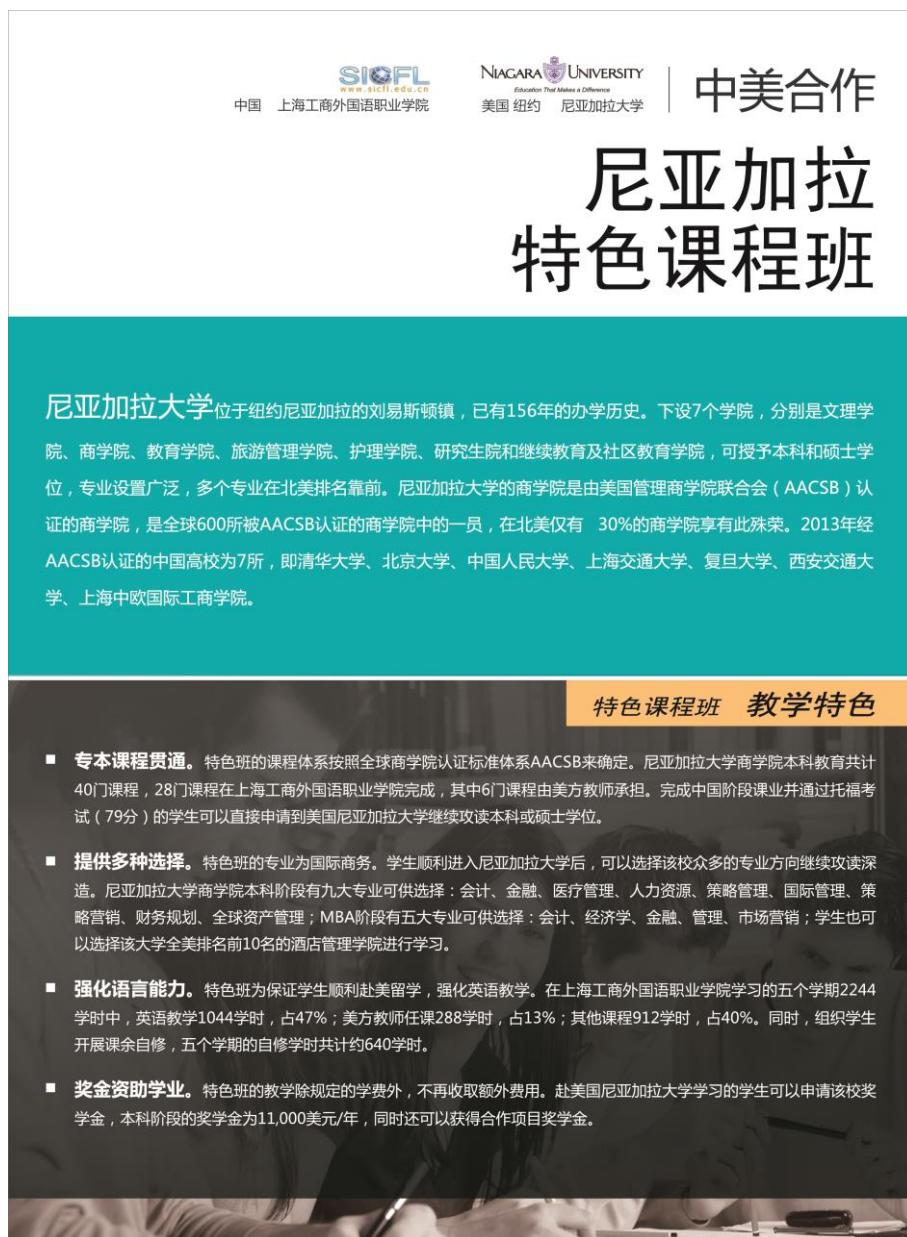


图 29 制作样稿

现在你已熟悉邮寄广告函设计的方法与操作步骤，假如你仍未完全熟悉，请重复学习前面的内容直到熟悉为止，若有困难去请教你的老师，若完全熟悉后，领取所需的工具、材料(依工具表所列要求)，然后去找老师借用制图设备或计算机，依据下列工作图及工作指示进行邮寄广告函设计练习操作，若有困难，去请教你的老师或重读前面的内容。


当你认为自己已经熟练之后，请你进行学习评量，并依据自我评量表做自我评量，如果你对自我评量的结果不满意，你可再多练习，直到你能胜任本学习目标为止。

## 工作指示

请你依照邮寄广告函设计的方法与操作步骤，完成下列工作单所提示的邮寄广告函设计与绘制。

**材 料：**制图图纸

## 工作提示单



www.sicfl.edu.cn



NIAGARA UNIVERSITY  
Education That Makes a Difference

中美合作尼亚加拉特色课程班

中国 上海工商外国语职业学院  
美国 纽约 尼亚加拉大学

美国尼亚加拉大学

尼亚加拉大学位于纽约尼亚加拉的刘易斯顿镇，已有156年的办学历史。下设7个学院，分别是文理学院、商学院、教育学院、旅游管理学院、护理学院、研究生院和继续教育及社区教育学院，可授予本科和硕士学位，专业设置广泛，多个专业在北美排名靠前。尼亚加拉大学的商学院是由美国管理商学院联合会（AACSB）认证的商学院，是全球600所被AACSB认证的商学院中的一员，在北美仅有30%的商学院享有此殊荣。2013年经AACSB认证的中国高校为7所，即清华大学、北京大学、中国人民大学、上海交通大学、复旦大学、西安交通大学、上海中欧国际工商学院。

特色课程班教学特色

1. 专本课程贯通。特色班的课程体系按照全球商学院认证标准体系AACSB来确定。尼亚加拉大学商学院本科教育共计40门课程，28门课程在上海工商外国语职业学院完成，其中6门课程由美方教师承担。完成中国阶段课业并通过托福考试（79分）的学生可以直接申请到美国尼亚加拉大学继续攻读本科或硕士学位。
2. 提供多种选择。特色班的专业为国际商务。学生顺利进入尼亚加拉大学后，可以选择该校众多的专业方向继续攻读深造。尼亚加拉大学商学院本科阶段有九大专业可供选择：会计、金融、医疗管理、人力资源、策略管理、国际管理、策略营销、财务规划、全球资产管理；MBA阶段有五大专业可供选择：会计、经济学、金融、管理、市场营销；学生也可以选择该大学全美排名前10名的酒店管理学院进行学习。
3. 强化语言能力。特色班为保证学生顺利赴美留学，强化英语教学。在上海工商外国语职业学院学习的五个学期2244学时中，英语教学1044学时，占47%；美方教师任课288学时，占13%；其他课程912学时，占40%。同时，组织学生开展课余自修，五个学期的自修学时共计约640学时。
4. 奖金资助学业。特色班的教学除规定的学费外，不再收取额外费用。赴美国尼亚加拉大学学习的学生可以申请该校奖学金，本科阶段的奖学金为11,000美元/年，同时还可以获得合作项目奖学金。

图 30 邮寄广告函提示单

## 工具及量具

项次	名称	单位	数量	规格	备注
1	铅笔	支	1	H 类型	
2	尺	把	1	30cm	
3	橡皮擦	个	1	略	
4	圆规	组	1	略	
5	三角板	组	1	20cm	
6	制图用纸	张	5	A4	
7	麦克笔	套	1	12 色	
8	色铅笔	套	1	12 色	
9	计算机	套	1	略	

## 4.2 关于设计宣传单的提示:

新手设计的大多数传单存在的最严重的问题是缺少对比，而且信息的表现没有层次性。也就是说，从一开始就希望让一切都很大，认为这样可以引人注目。不过，如果一切都很大，那么什么也不会突出，任何部分都无法吸引读者的注意。要有一个明显的中心点，并使用对比来组织信息，引导读者的视线浏览页面。

### 创建一个中心点

在页面上放一个很大、有趣而且明显的东西。如果能让读者的视线停在这个中心点上，他们往往更有可能阅读其余的文本。

### 使用有对比的子标题

有了中心点之后，再使用明显的子标题（视觉上效果强烈，而且能充分地表达含义），使读者能很快扫描这个传单，确定信息的要点。如果子标题没有意思，读者就不会有兴趣读这个传单。不过，如果根本没有子标题，读者就必须仔细读传单上的每一个词来了解它的内容，他们不会花时间解读文本，而往往会把传单随手扔掉。

### 重复

不论标题使用难看的字体、漂亮的字体，还是以一种非同寻常的方式使用普通字体，都应该尝试在文本中适当增加同样的字体来实现重复。可能只对一个字母或一个词使用那种字体，也可以把它用作子标题、大写首字母或者项目符号的字体。字体的强烈对比能增加传单的效果。

### 对齐

另外要记住，只使用一种对齐方式！不要把标题居中，然后将正文左对齐，也不要把页面上的一切都居中，然后在底部的角落里放上内容。一定要明确，要大胆。可以让所有内容都左对齐或右对齐。

### 4.3 设计师的日常练习——多留意四周

当你看到一个广告牌时，有意识地记录下什么东西抓住了你的注意力。是对比，出人意料的图片或字体，还是漂亮的空白空间？同时也有意识地记录下哪些作品没有吸引力。它们普通？灰暗？到底是什么让它们如此乏味？它们包含了网站上可以找到的所有文字？这些宣传页是否有意识地展示了所提供的产品或服务的质量？

多收集些宣传页。你可能不会发现太多真正有趣生动的作品，这是因为很少有人真正愿意付钱让一个名副其实的设计师来设计它们。但是当你做这个工作时，在宣传页上做笔记，指出在哪里发现了对比、视觉冲击、空白空间、对齐或者有趣的、激动人心的字体。是什么让你在第一时间拿起了这份宣传页？在那些有很多文字但设计优秀的宣传页上做笔记——设计师是怎样在视觉上将这些文字组织好的（并且，所有这些文字都是有必要的吗）？



#### 4.4 学习评量四

请在 90 分钟内完成以下指示的工作，并依据自我评量表，检查自己的工作成果。

#### 工作指示

请你依照邮寄广告函设计的方法与注意事项，完成邮寄广告函的设计工作。

材 料：制图纸

#### 工作提示单



www.sicfl.edu.cn



NIAGARA UNIVERSITY  
Education That Makes a Difference

中美合作尼亚加拉特色课程班

中国 上海工商外国语职业学院  
美国 纽约 尼亚加拉大学

美国尼亚加拉大学



尼亚加拉大学位于纽约尼亚加拉的刘易斯顿镇，已有**156年**的办学历史。下设**7个**学院，分别是文理学院、商学院、教育学院、旅游管理学院、护理学院、研究生院和继续教育及社区教育学院，可授予本科和硕士学位，专业设置广泛，多个专业在北美排名靠前。尼亚加拉大学的商学院是由美国管理商学院联合会（AACSB）认证的商学院，是全球**600**所被AACSB认证的商学院中的一员，在北美仅有**30%**的商学院享有此殊荣。2013年经AACSB认证的中国高校为**7**所，即清华大学、北京大学、中国人民大学、上海交通大学、复旦大学、西安交通大学、上海中欧国际工商学院。

特色课程班教学特色

- 1. 专本课程贯通。**特色班的课程体系按照全球商学院认证标准体系AACSB来确定。尼亚加拉大学商学院本科教育共计**40**门课程，**28**门课程在上海工商外国语职业学院完成，其中**6**门课程由美方教师承担。完成中国阶段课业并通过托福考试（**79**分）的学生可以直接申请到美国尼亚加拉大学继续攻读本科或硕士学位。
- 2. 提供多种选择。**特色班的专业为国际商务。学生顺利进入尼亚加拉大学后，可以选择该校众多的专业方向继续攻读深造。尼亚加拉大学商学院本科阶段有**9**大专业可供选择：会计、金融、医疗管理、人力资源、策略管理、国际管理、策略营销、财务规划、全球资产管理；MBA阶段有**5**大专业可供选择：会计、经济学、金融、管理、市场营销；学生也可以选择该大学全美排名前**10**名的酒店管理学院进行学习。
- 3. 强化语言能力。**特色班为保证学生顺利赴美留学，强化英语教学。在上海工商外国语职业学院学习的五个学期**2244**学时中，英语教学**1044**学时，占**47%**；美方教师任课**288**学时，占**13%**；其他课程**912**学时，占**40%**。同时，组织学生开展课余自修，五个学期的自修学时共计约**640**学时。
- 4. 奖金资助学业。**特色班的教学除规定的学费外，不再收取额外费用。赴美国尼亚加拉大学学习的学生可以申请该校奖学金，本科阶段的奖学金为**11,000**美元/年，同时还可以获得合作项目奖学金。

请翻至下一页查看答案

## 学习评量四答案

中美合作

中国 上海工商外国语学院      美国 纽约 尼亚加拉大学

# 尼亚加拉 特色课程班

**尼亚加拉大学**位于纽约尼亚加拉的刘易斯顿镇，已有156年的办学历史。下设7个学院，分别是文理学院、商学院、教育学院、旅游管理学院、护理学院、研究生院和继续教育及社区教育学院，可授予本科和硕士学位，专业设置广泛，多个专业在北美排名靠前。尼亚加拉大学的商学院是由美国管理商学院联合会（AACSB）认证的商学院，是全球600所被AACSB认证的商学院中的一员，在北美仅有 30%的商学院享有此殊荣。2013年经AACSB认证的中国高校为7所，即清华大学、北京大学、中国人民大学、上海交通大学、复旦大学、西安交通大学、上海中欧国际工商学院。

### 特色课程班 教学特色

- **专本课程贯通。**特色班的课程体系按照全球商学院认证标准体系AACSB来确定。尼亚加拉大学商学院本科教育共计40门课程，28门课程在上海工商外国语学院完成，其中6门课程由美方教师承担。完成中国阶段课程并通过托福考试（79分）的学生可以直接申请到美国尼亚加拉大学继续攻读本科或硕士学位。
- **提供多种选择。**特色班的专业为国际商务。学生顺利进入尼亚加拉大学后，可以选择该校众多的专业方向继续攻读深造。尼亚加拉大学商学院本科阶段有九大专业可供选择：会计、金融、医疗管理、人力资源、策略管理、国际管理、策略营销、财务规划、全球资产管理；MBA阶段有五大专业可供选择：会计、经济学、金融、管理、市场营销；学生也可以选择该大学全美排名前10名的酒店管理学院进行学习。
- **强化语言能力。**特色班为保证学生顺利赴美留学，强化英语教学。在上海工商外国语学院学习的五个学期2244学时中，英语教学1044学时，占47%；美方教师任课288学时，占13%；其他课程912学时，占40%。同时，组织学生开展课余自修，五个学期的自修学时共计约640学时。
- **奖金资助学业。**特色班的教学除规定的学费外，不再收取额外费用。赴美国尼亚加拉大学学习的学生可以申请该校奖学金，本科阶段的奖学金为11,000美元/年，同时还可以获得合作项目奖学金。

自我评量表：通过者打(√)，不通过者打(×)

- ( ) 1. 安全习惯：有无不当工作习惯。
- ( ) 2. 工具使用规则：工具有无不当操作或使用。
- ( ) 3. 时间：是否依规定在 30 分钟内完成。
- ( ) 4. 结果：画面是否具备可看性。

评分标准：你必须达到每个项目都是(√)，才算合格。如果有一个(×)代表不合格。那么请你继续练习，直到合格才继续练习下个学习目标。

请翻至下一页做学后评量。

## 学后评量

一、笔试：请不要参阅资料或书籍，请写出正确的答案。

(一)是非题：(30%，每题 2 分)

- ( ) 1. 邮寄广告(Direct Mail Advertising)，简称“D.M.”。
- ( ) 2. 邮寄广告是将广告讯息透过媒体间接传达给消费者。
- ( ) 3. 邮寄广告若漫无目的的寄发时，也会造成环境的污染。
- ( ) 4. 广告对象是否有拆阅意愿并不是邮寄广告成败关键。
- ( ) 5. 以特定人士为诉求对象，用小额预算即可进行正式促销广告是邮寄广告的优点。
- ( ) 6. 所谓传单是指单张印刷物，只限于商品的概略介绍。
- ( ) 7. 目录可以分为型录与企业经营介绍手册两种。
- ( ) 8. 邮寄明信片的成本相当的高。
- ( ) 9. 有如操作手册，提供保养及装配方法介绍的型录是属于促销类的型录。
- ( ) 10. 简介并不只是针对商品的了解，而是介绍关于全公司机能性的介绍。
- ( ) 11. 邮寄广告设计表现要素中的编辑设计包括版面构成、文案、插图编排等。
- ( ) 12. 为求经济效益，散页传单所排列的商品越多越好。
- ( ) 13. 说明书的设计原则上是以折叠式的方式来设计的。
- ( ) 14. 型录画面的构成要素为 1. 图片 2. 文字 3. 色彩。
- ( ) 15. 设计邮寄广告时，只要设计美观即可，对于邮政法令可以不需要了解。

(二)选择题：(20%，每题 2 分)

- ( ) 1. D.M.的广告术语最早源自何地? (1)英国 (2)美国 (3)法国 (4)中国。
- ( ) 2. 邮寄广告函件的简称为? (1)C.M. (2)A.M. (3)D.M. (4)F.M.。
- ( ) 3. 下列何者并不是影响邮寄广告效果的因素之一? (1)邮寄对象名单 (2)邮寄广告品的的设计方式 (3)广告推介的产品 (4)公司内部的团结。
- ( ) 4. 下列何者是属于独立的广告物? (1)海报 (2)电视 (3)广播 (4)邮寄广告。
- ( ) 5. 下列何者为最早使用 D.M.的国家? (1)中国 (2)英国 (3)美国 (4)日本。
- ( ) 6. 传单设计以下列何种尺寸居多? (1)16 开 (2)32 开 (3)8 开 (4)4 开。
- ( ) 7. 型录的规格中国际贸易标准型尺寸为? (1)21.6CMX28CM (2)21CMX28CM (3)21.6CMX27CM (4)20.6CMX28CM。
- ( ) 8. 型录规格中综合型尺寸为(1)21. 6CMX28CM(2)21CMX28CM(3)21.6CMX27CM (4)20.6CMX28CM
- ( ) 9. 下列何者与信封印刷同属于企业识别的一种? (1)海报 (2)电视 (3)广播 (4)信函
- ( ) 10. 下列何者为联系员工、厂商、消费者的最佳媒介? (1)海报 (2)企业刊物 (3)信函 (4)明信片。答案选项：


二、实作测验：(50%)

请你领取邮寄广告函设计绘制所需之工具及材料，然后依指示完成设计操作。在工作之前，请你先填好工作计划，并送给老师认可。


请翻至下一页

## 工作指示

请你依照设计绘制邮寄广告函的方法与操作步骤，依下面提示设计课程班的简介。



www.sicfl.edu.cn



NIAGARA UNIVERSITY  
Education That Makes a Difference

中美合作尼亚加拉特色课程班

中国 上海工商外国语职业学院  
美国 纽约 尼亚加拉大学

美国尼亚加拉大学

尼亚加拉大学位于纽约尼亚加拉的刘易斯顿镇，已有**156**年的办学历史。下设**7**个学院，分别是文理学院、商学院、教育学院、旅游管理学院、护理学院、研究生院和继续教育及社区教育学院，可授予本科和硕士学位，专业设置广泛，多个专业在北美排名靠前。尼亚加拉大学的商学院是由美国管理商学院联合会（AACSB）认证的商学院，是全球**600**所被AACSB认证的商学院中的一员，在北美仅有**30%**的商学院享有此殊荣。2013年经AACSB认证的中国高校为**7**所，即清华大学、北京大学、中国人民大学、上海交通大学、复旦大学、西安交通大学、上海中欧国际工商学院。

特色课程班教学特色

1. **专本课程贯通。**特色班的课程体系按照全球商学院认证标准体系AACSB来确定。尼亚加拉大学商学院本科教育共计**40**门课程，**28**门课程在上海工商外国语职业学院完成，其中**6**门课程由美方教师承担。完成中国阶段课业并通过托福考试（**79**分）的学生可以直接申请到美国尼亚加拉大学继续攻读本科或硕士学位。
2. **提供多种选择。**特色班的专业为国际商务。学生顺利进入尼亚加拉大学后，可以选择该校众多的专业方向继续攻读深造。尼亚加拉大学商学院本科阶段有**9**大专业可供选择：会计、金融、医疗管理、人力资源、策略管理、国际管理、策略营销、财务规划、全球资产管理；**MBA**阶段有**5**大专业可供选择：会计、经济学、金融、管理、市场营销；学生也可以选择该大学全美排名前**10**名的酒店管理学院进行学习。
3. **强化语言能力。**特色班为保证学生顺利赴美留学，强化英语教学。在上海工商外国语职业学院学习的五个学期**2244**学时中，英语教学**1044**学时，占**47%**；美方教师任课**268**学时，占**13%**；其他课程**912**学时，占**40%**。同时，组织学生开展课余自修，五个学期的自修学时共计约**640**学时。
4. **奖金资助学业。**特色班的教学除规定的学费外，不再收取额外费用。赴美国尼亚加拉大学学习的学生可以申请该校奖学金，本科阶段的奖学金为**11,000**美元/年，同时还可以获得合作项目奖学金。

### 我的工作计划

作业名称： \_\_\_\_\_

工作开始日期： \_\_\_\_\_ 完成日期： \_\_\_\_\_

工作时间： \_\_\_\_\_ 小时 教师认可： \_\_\_\_\_

我制作上列工作时所需用的工具及机器

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_

4 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_ 6 \_\_\_\_\_

7 \_\_\_\_\_ 8 \_\_\_\_\_ 9 \_\_\_\_\_

10 \_\_\_\_\_ 11 \_\_\_\_\_ 12 \_\_\_\_\_

我需要的材料及消耗品

名 称	说 明	规 格	数 量	估 价



## 学生自我评量

### 一、我对我学后评量之评分

(一)笔试：包括选择题与配合题，每题 2% 共 50% 总得分\_\_\_\_分

(二)实作：自我评量— 50%，总得分\_\_\_\_分

自我评量表：请在下表评分内容，通过者打(√)

操作项目	评分内容	得分
1. 工作习惯 (每项 10%)	( ) (1) 工具使用有无不当操作。 ( ) (2) 是否在规定时间内完成。	
2. 简介内容 (每项 10%)	( ) (1) 简介画面的完整性。 ( ) (2) 简介画面的可看性。	
总 得 分		/ 40

A=90 分以上      B=80 分以上      C=70 分以上

D=60 分以上      E=60 分以下

学后评量评分：笔试+实作= \_\_\_\_分，属于\_\_\_\_ 等

### 二、我的工作计划得分\_\_\_\_分，属于\_\_\_\_等。

你可依照下列各项自我考量，有一项缺失即扣 10 分。

- 是否细心周详的填列工具设备       是否细心周详的计划制作程序  
 是否重视注意事项并适时提示       是否再作检讨以求更好方法  
 书写是否清晰整齐       老师是否做很多改正

### 三、安全习惯得分\_\_\_\_分，属于\_\_\_\_等。

你可依照下列各项自我考量，有一项缺失即扣 10 分。

- 是否遵守机器操作规则       是否遵守仪器使用规则  
 是否注意操作过程的安全事项       是否有仪器、设备损坏的情形  
 是否有材料浪费的情形

### 四、敬业精神与学习态度得分\_\_\_\_分，属于\_\_\_\_等。

你可依照下列各项自我考量，有一项缺失即扣 10 分。

- 工具排放是否整齐       工作环境是否清洁  
 操作时是否与他人闲聊       工作态度是否积极而有耐心  
 是否虚心接受老师指导       是否常主动向老师请教问题

## 教师评量

### 一、学习评量评分

(一)笔试得分\_\_\_\_\_

(二)实作得分\_\_\_\_\_

自我评量表：请在下表评分内容，通过者打(√)

操作项目	评分内容	得分
1. 工作习惯 (每项 10%)	( ) (1)工具使用有无不当操作。 ( ) (2)是否在规定时间内完成。	
2. 简介内容 (每项 10%)	( ) (1)简介画面的完整性。 ( ) (2)简介画面的可看性。	
总 得 分	/ 40	

A=90 分以上      B=80 分以上      C=70 分以上

D=60 分以上      E=60 分以下

学后评量评分：笔试+实作= \_\_\_\_\_分，属于\_\_\_\_\_ 等



## 二、工作计划评分

工作计划评量表

工作计划评量项目	分					数
	优	良	中	可	差	劣
	10	8	6	4	2	0
1. 材料及消耗品记录清楚	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 操作前及工具的准备	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 工作次序的前后安排	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 工作时间长短适宜	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 未遗漏工作细节	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 设备使用注意事项	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 工具使用注意事项	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 工作安全事项	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 工作前后检讨改进	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 书写清晰整齐	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
实 得 总 分						

A = 90 分以上      B = 80 分以上      C = 70 分以上

D = 60 分以上      E = 60 分以下

工作计划得分\_\_\_\_分，属于\_\_\_\_等

## 二、安全习惯评分

安全习惯评量表

安 全 习 惯 评 量 项 目	是	否
1. 使用合于规定的工具，不任意替代	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 工具及材料置于正确位置并摆放整齐	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 工作环境周围保持整齐、清洁	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 依规定清洁及保养工具、设备	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 集中精神，独立作业	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 成品的适当修整、妥当保存	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 工作环境光线足够	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 电器正常的使用，异常应即反应	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 废弃品的妥善处理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 注意安全，不玩笑嘻闹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
实 得 总 分		

\*每一项为”是”者得10分，”否”者得0分

A = 90 分以上      B = 80 分以上      C = 70 分以上

D = 60 分以上      E = 60 分以下

我的安全习惯得分\_\_\_\_分，属于\_\_\_\_等

#### 四、学习态度评分

学习态度评量表

学习态度评量项目	分 数					
	优	良	中	可	差	劣
	10	8	6	4	2	0
1. 言行举止合宜，服装仪容整齐	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 准时上、下课，不迟到早退	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 守秩序，不喧哗吵闹	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 服从教师指导，进行学习	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 上课专心认真	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 爱惜教材教具及设备	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 有疑问时主动要求协助	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 阅读教材外的讲义及参考资料	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 参与班级教学的讨论活动	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 将学习与工厂环境配合	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
实 得 总 分						

A = 90 分以上      B = 80 分以上      C = 70 分以上

D = 60 分以上      E = 60 分以下

我的学习态度得分\_\_\_\_分，属于\_\_\_\_等

## 五、总评量表

评分项目	单项得分	单项等级	比率(%)	单项分数	总分	等级
1. 作业部分			40%			<input type="checkbox"/> A
2. 工作计划			20%			<input type="checkbox"/> B
3. 安全习惯			20%			<input type="checkbox"/> C
4. 学习态度			20%			<input type="checkbox"/> D
总 评						<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格
备 注						

### 参考书目

- 一、[美] Robin Williams. 写给大家看的设计书. 苏金国, 刘亮, 译. 人民邮电出版社, 2009.
- 二、[美] 蒂莫西·萨马拉. 设计元素: 平面设计样式. 齐际, 何清新, 译. 广西美术出版社, 2008.
- 三、[美] 蒂莫西·萨马拉. 图形、色彩、文字、编排、网格设计参考书. 庞秀云, 译. 广西美术出版社, 2013.
- 四、[美] 蒂莫西·萨马拉. 完成设计: 从理论到实践. 温迪, 王启亮, 译. 广西美术出版社, 2008.